



**REGULAMIN ORGANIZACYJNY**  
**Akademickiego Biura Karier**  
Wyższej Szkoły Organizacji Turystyki  
i Hotelarstwa w Warszawie

**Regulamin organizacyjny jest załącznikiem do regulaminu organizacyjnego  
Wyższej Szkoły Organizacji Turystyki i Hotelarstwa opracowanego na  
podstawie § 7 pkt. 6 Statutu Uczelni**

**Określa organizację pracy, zasady funkcjonowania oraz zakresy działania,  
odpowiedzialności i uprawnień Kierownika i Pracowników Akademickiego  
Biura Karier**

**I. Zasada funkcjonowania ABK przy WSOTiH.**

ABK jest powołane przez Władze Uczelni bezterminowo. Biurem kieruje Pełnomocnik Rektora ds. Staży Zawodowych

Ramy prawne działalności ABK WSOTiH określają ustawy:

- Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz. U. z 2004 r., Nr 99, poz. 1001, z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jednolity: Dz. U. 2002r., Nr 101, poz. 926, z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002r., Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.)

ABK WSOTiH funkcjonuje jako pośrednik pracy / koordynator praktyk zawodowych.

ABK WSOTiH jest administratorem bazy danych o studentach odbywających praktyki i absolwentach Uczelni. W przypadku udostępniania danych potencjalnym pracodawcom ABK zobowiązana jest do postępowania zgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych.

Budżet dla ABK wyznaczają Władze Uczelni. Dodatkowe finansowanie lub granty ABK można pozyskiwać z środków unijnych oraz realizacji komercyjnych projektów.

**II. Standard organizacyjny ABK.**

- Zatrudnienie pracownika(ów) etatowych i wolontariuszy.
- Dysponowanie lokalem.
- Wyposażenie do prowadzenia działalności ogólnej i warsztatowej / szkoleniowej.
- Sprzęt komputerowy z dostępem do Internetu.
- Plan budżetowy na dany rok akademicki.

**III. Struktura organizacyjna ABK WSOTiH.**

ABK podlega bezpośrednio Rektorowi oraz Kanclerzowi uczelni.

Pracownicy / stanowiska (wymagania optymalne, podlegające modyfikacjom wprowadzanym przez Władze Uczelni):

- Doradca zawodu.
- Specjalista ds. kontaktu z pracodawcami.
- Specjalista ds. szkoleń.
- Specjalista ds. zarządzania zasobami ludzkimi

#### **IV. Zakres kompetencji pracownika ABK.**

- Trener.
- PR-owiec.
- Doradca personalny.
- Koordynator projektu.
- Umiejętności personalne i interpersonalne.

#### **V. Obszar działalności ABK.**

##### **1. Biuro Kadrowe OST Gromada.**

Zakres współpracy:

- Marketing rekrutacyjny dla OST Gromada, obejmujący zakres poszukiwań kandydatów wśród absolwentów i studentów uczelni oraz tworzenie wizerunku dobrego pracodawcy OST Gromada jako założyciela uczelni.
- Rekrutacja absolwentów do pracy w OST Gromada.
- Organizacja szkoleń, tworzenie programów szkoleniowych w jednostkach oraz w biurach Zarządu OST Gromada.

##### **2. Działy HR firm zewnętrznych, firmy rekrutacyjne.**

Zakres współpracy:

- Nawiązanie kontaktów z potencjalnymi pracodawcami w branży turystycznej i hotelarskiej oraz z firmami nie związanymi typowo z branżą turystyczną (działy: organizacyjne, finansowe, IT, rozwoju, ekonomiczne, PR, marketingu, HR, itd.).
- Umożliwienie potencjalnym pracodawcom prezentacji oferty zatrudnienia oraz firmy na terenie uczelni.
- Nawiązanie współpracy z firmami na zasadzie sponsoringu w przypadkach wystawienia uczelni na targach pracy lub(i) edukacyjnych.

Współpraca zarówno z OST Gromada jak i firmami obcymi obejmuje transfer ludzi na stanowiska zarówno praktykanckie jak i etatowe w różnych obszarach działalności na podstawie rozmaitych umów o pracę.

##### **3. Doradztwo zawodowe.**

Doradztwo komercyjne.

- Dotyczy nawiązywania współpracy z firmami szkoleniowymi.
- Samodzielna organizacja szkoleń płatnych dla osób indywidualnych i firm.

Doradztwo wolontaryjne.

- Dotyczy samodzielnego organizowania szkoleń dla:
  - Studentów.
  - Absolwentów.
  - Kadry.

#### 4. Obce ABK.

Obszar dotyczy współpracy z ABK funkcjonującymi przy innych uczelniach wyższych. Cel – organizacja doradztwa wolontaryjnego jak i komercyjnego oraz uzupełnienie obszarów szkoleń, którymi ABK przy danej uczelni się nie zajmuje.

#### 5. Działalność PR dla uczelni.

Dotyczy kształtowania stosunków uczelni z otoczeniem oraz budowania pozytywnego wizerunku uczelni.

#### 6. Marketing rekrutacyjny.

Dotyczy budowania wizerunku uczelni w oczach docelowej grupy klientów, a także ogólnie. Działalność polegająca na przedstawianiu mocnych stron uczelni stawiających ją jako atrakcyjne miejsce do studiowania.

#### 7. Rola ABK WSOTiH w kontaktach z absolwentami.

- A. Badanie losów absolwentów. Cel – zdobyte podczas badań informacje służą zarówno projektom realizowanym w zakresie PR, marketingu rekrutacyjnego, a także Władzom Uczelni w zakresie rozwijania uczelni – są wskazówką dla podejmowania działań wprowadzania zmian i zarządzania nimi.
- B. Utrzymywanie kontaktów z absolwentami mające na celu informowanie ich o zmianach jakim ulega uczelnia. Cel – utrzymanie więzi ze szkołą, wywołanie u absolwenta chęci identyfikacji się z uczelnią, a tym samym wywołanie mechanizmu marketingu szeptanego, wpływającego na zainteresowanie uczelnią wśród potencjalnych kandydatów na studia.
- C. Doradztwo zawodowe. Emitowanie ofert pracy, umożliwienie spotkań konsultacyjnych z pracownikiem ABK lub przedstawicielem kadry uczelni, nawiązywanie kontaktów pomiędzy pracodawcami, a absolwentami (działalność w zakresie komercyjnego i wolontaryjnego pośrednictwa pracy).

#### 8. Działalność wolontaryjna / komercyjna.

- a) Wolontariat – dotyczy wymienionych we wcześniejszych punktach działalności doradczej i pośrednictwa pracy bez roszczenia jakichkolwiek opłat wobec żadnej z zainteresowanych stron (studenci, absolwenci, pracodawcy / firmy).
- b) Działalność komercyjna – dotyczy wymienionych we wcześniejszych punktach działalności, ale z roszczeniem finansowym dla następujących zainteresowanych grup:
  - Pracodawcy / firmy.
  - Organizacje rynku pracy.

Nie dotyczy studentów, absolwentów, kadry pracowniczej i dydaktycznej uczelni.

Sposoby rozliczenia na zasadzie wpłat lub barteru.

## **VI. Kluczowi klienci ABK.**

- Urząd Miasta i organizacje rządowe (głównie koncentrujące się na obszarze rynku pracy).
- Pozarządowe organizacje rynku pracy.
- Związki pracodawców.
- Pracodawcy indywidualni.
- Regionalne sieci Biur Karier / ABK przy innych uczelniach.
- Instytucje rynku pracy
- Wydawnictwa.
- Media.